分享经济服务中的用户偏离行为：维度甄别、形成逻辑与优化路径研究*

侯婷婷 潘玲 李普林

(郑州大学管理学院，郑州 450001)

摘 要 偏离行为正在影响分享经济行业的健康和可持续发展，虽然已在实践层面呈现出其紧迫性和重要性需求，但相关研究成果尚不足以解释该现象如何形成和管理的问题。本研究立足于分享经济发展的现实困境，以社会交换理论为基础，探索分享经济中的用户偏离行为。本研究围绕以下三个研究内容展开：(1)探究分享经济中用户偏离行为的表现形式，揭示偏离行为的具体维度，开发可操作化测量工具；(2)明确用户偏离行为的形成受到哪些感知收益、感知风险和个体特质因素的影响，揭示分享经济用户偏离行为的形成机制；(3)挖掘行业规制和政府监管措施，探讨外部干预措施对分享经济偏离行为决策的影响，优化分享经济偏离行为管理策略。本研究将从偏离行为的维度划分、形成机制、优化措施三方面提供理论洞察，丰富社会交换理论的层次，推动分享经济偏离行为的理论创新。

关键词 分享经济，偏离行为，社会交换理论，形成机制，外部干预措施

1 问题提出

分享经济(sharing economy)，又称共享经济，是利用互联网等现代信息技术，通过基于社区的在线服务协调的以点对点为基础的获取、给予或分享商品和服务的活动(Hamari et al., 2016)。随着互联网、移动互联网、大数据、现代物流技术、基于位置的服务和云计算技术的发展，分享经济依靠双边市场平台为供需双方提供剩余资源的高效匹配，提高了闲置资源的经济价值和社会价值(Hamari et al., 2016; Parente et al., 2018)。分享经济的成果已渗入到诸多应用场景，例如，住宿领域的在线短租平台(凌超, 张赞, 2014; Gassmann et al., 2020)和出行领域的网约车平台等(Greenwood & Wattal, 2017; 马长山, 2019)。然而，随着分享经济的繁荣和在众多行业中的拓展，其中涌现的负面行为等现象在实践中已影响了行业的良性发展。例如，在供给端，共享单车和共享汽车为了提高市场占有率而进行的恶意刷单行为已经严重破坏市场竞争秩序；在需求端，设备被偷盗或据为己用、恶意破坏等行为导致资源利用效率不升反降。研究表明，在 Airbnb 平台上的房主可能会因为房客伴随着模糊伤害意图的偏离行

收稿日期：2024-12-20

* 国家自然科学基金(72301251; 52305559)；河南省高校人文社会科学研究一般项目(2024-ZZJH-015)；中国博士后基金(2023M733208)。

通讯作者：李普林, E-mail: lipulin@zzu.edu.cn

为而导致超过 10 万美元的损失(Ma et al., 2020)。作为一种典型的负面行为，分享经济中的用户偏离行为是分享经济用户无意或故意违反法律、社会规范、组织政策和/或破坏他人功能体验的行为，至少影响部分交易参与者的价值结果(Hou et al., 2022; Plé & Demangeot, 2020; Srivastava et al., 2021)。

《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》明确指出，健全共享经济和平台经济是营造良好数字生态、加快数字化发展的重要措施。国务院印发的《"十四五"数字经济发展规划》表明要深入发展共享经济，深化共享经济在生活服务领域的应用。中央网络安全和信息化委员会发布的《"十四五"国家信息化规划》明确表明应当重视共享经济的健康发展。国家信息中心发布的《中国共享经济发展报告(2023)》指出，合规化在竞争日益激烈的共享经济发展领域中成为新的竞争焦点，通过完善治理规则和制度规范，完善市场秩序，可以促进共享经济向经济社会生活各领域拓展。因而，分享经济的健康发展在实践生活中已具有现实性和紧迫性的需求。

近年来，分享经济相关的研究较多集中于其中正面的用户行为及其带来的积极影响(Bouncken et al., 2020; Leung et al., 2019; Martin, 2016; Zervas et al., 2017; Zhang et al., 2023; 肖倩冰 等, 2021; 左文明 等, 2020)，对分享经济发展所遇到的困境依然缺乏理论解释。然而，分享经济的买方和卖方均为易受利益损害的个体，双方依托第三方双边市场平台进行交易，其中涌现的用户负面行为更难被约束和监管，应当引起学术界和业界的重视。个别研究初步探索了分享经济中的负面行为，例如针对基于利己导向的不当行为的应对策略，顾客直接和间接的不当行为(misbehavior)，用户偏离分享行为的评估机制等(Hou et al., 2022; Schaefers et al., 2016; 马双 等, 2021)。但是现有研究对于分享经济中的各种负面行为的内涵尚未有一致结论，相关研究内容呈现出分散性(Hou et al., 2022; Jin et al., 2022; Ma et al., 2020; Srivastava et al., 2021; 马双 等, 2021)。以往研究明确指出，对分享经济的"黑暗面"进行更多的理论研究，可以促进分享经济的健康发展(Baumber et al., 2019)。

偏离行为，作为分享经济领域内一种标志性的负面表现，已在实践中显著影响了分享经济的健康发展与用户体验(Hou et al., 2022)。分享经济模式的核心在于重视使用权而非归属权，这一特性既提升了资源配置的效率，又减轻了用户的心理负担。然而，这种心理负担的减轻，在某种程度上也促使用户在参与偏离行为时表现出更为轻松的态度。具体而言，用户在分享经济服务中对商品进行排他性支配、占有乃至破坏等偏离行为，已成为制约共享经济健康、持续发展的现实难题。这些行为不仅违背了分享经济的初衷，也严重阻碍了其长远发展的步伐。然而，当前研究在用户偏离行为的界定、与其他负面行为(如不当行为、不文明行为及不道德行为等; Schaefers et al., 2016; 马双 等, 2021; Ma et al., 2020; Chatterjee et al., 2022)的区分及其内在具体维度的认知上尚未达成共识。尤为重要的是，用户偏离行为的生成逻辑与改善策略仍处于模糊状态。此类偏离行为的独特性在于非故意性强调、动机复杂性、对交易参与者价值的关注、对规范与规则的违背、用户角度的审视及发生阶段的非特定性。

社会交换理论，作为解析人际关系互动机制的核心理论框架，常被援引以阐释分享经济中个体间的资源交换 (Altinay & Taheri, 2018)。该理论从风险与收益的平衡角度出发，为理解分享经济中的偏离行为提供了理论基石，揭示了用户在面对偏离行为时会依据对风险与收益的评估做出决策(Boateng et al., 2019)。然而，关于偏离行为中具体涉及哪些风险与收益，以及用户如何在这两者之间做出权衡，目前仍缺乏系统的理论阐释。因此，本研究致力于探索分享经济中的用户偏离行为，从分享经济中偏离行为的具体维度、形成机制、优化措施等方面展开实证探索，有助于理解分享经济发展所遇到的困境，从理论层面阐释分享经济用户偏离行为的内在机理，并为此提供现实的解决方案。

综上, 本研究旨在探讨分享经济背景下，分享经济服务中有哪些常见的偏离行为，这些偏离行为的形成机制是怎样的，应该如何采取行动去监管这些行为。重点关注以下三个研究问题：(1)分享经济中用户偏离行为有哪些表现形式，又如何测量？(2)用户偏离行为的形成受到哪些感知收益、感知风险和个体特质因素的影响？(3)有哪些外部干预措施，以及外部干预措施如何影响分享经济偏离行为决策？本研究将体现以下理论贡献。首先，本研究致力于充实并深化分享经济领域内用户行为研究的内涵，通过对偏离行为的维度划分和形成机制阐释，进一步推动对分享经济用户行为的理解。其次，本研究基于社会交换理论，紧密结合分享经济服务模式所独有的特性，深入剖析长期风险与长期收益、短期风险与即时收益之间的微妙平衡机制，从而在时空范畴上对社会交换理论进行创新性拓展，为该理论的时空研究开辟新的视野。最后，本研究通过建构外部干预措施对偏离行为决策过程的影响机制，为如何通过外部干预措施纠偏偏离行为提供深入的理论支撑与实证支持，并且通过深入探究偏离行为外部干预措施如何调节收益和风险之间的权衡机制，进一步拓展了社会交换理论。

2 国内外研究现状及评述

2.1 分享经济的研究现状概述

分享经济是依靠先进技术所支撑的互联网平台达到减少交易成本、完成供需双方的信息传递、实现供需匹配的双边市场(仲崇高, 张勇, 2017; Kromidha et al., 2023)。分享经济商业模式的核心理念是“使用而不占有”和“不使用即浪费”，对闲置资源进行整合配置从而提高资源利用率(Hamari et al., 2016)。越来越稀缺的自然资源和日益增长的重视使用权而非占有权的意识促进了分享经济在各领域的发展，如交通、工具、住房等(Gassmann et al., 2020; Greenwood & Wattal, 2017; Leung et al., 2019; 马长山, 2019)，推动了众多分享经济平台的繁荣，如 Zipcar、Airbnb、Uber、滴滴、途家等(Hua et al., 2020)。如前文所述，双边市场包含了 B2C、P2P 和 C2B 三种模式，本研究将聚焦在 P2P 模式。P2P 的分享经济模式不同于传统的经济背景，服务提供者为个体，其提供的服务也呈现为非标准化交付的特点；双边市场交易平台为个体消费者和个体提供者提供交易的平台，但其对顾客的管理和约束不如线下企

业更为直接(马双 等, 2021)。

国内外分享经济领域的研究与分享经济的发展规律及发展历程息息相关。在分享经济发展初期，学者的关注点聚焦于分享经济的概念和内涵(Hamari et al., 2016; 仲崇高, 张勇, 2017)，部分研究以行业为例调研了分享经济在我国的发展可能性(凌超, 张赞, 2014; 程絮森 等, 2015)。随着分享经济的发展逐渐拓展到众多行业，学者开始关注其具体应用形式，例如网约车(Hua et al., 2020；马长山, 2019; 荣朝和, 2018)、在线短租(Gassmann et al., 2020)、共享工作空间(Bouncken et al., 2020)等。

而聚焦到具体研究内容，以往研究集中于以下四个主要方面:(1)分享经济的定义和发展动态研究，包括综述性文章、其本身具有的争议和矛盾点、蕴含的商业模式和类别研究等(Acquier et al., 2017; Muñoz & Cohen, 2017; 马长山, 2019; 仲崇高, 张勇, 2017)，例如刘鸿宇(2021)探讨了分享经济平台上的价值共创的互信、公正与可持续；(2)分享经济的利益和影响研究，包括经济、环境等诸多方面(Martin, 2016; Nian et al., 2020; Pamucar et al., 2023; Zervas et al., 2017; 王宁, 2021)；(3)分享经济的设计或优化等策略研究(Ji et al., 2023; Kung & Zhong, 2017; 徐琪 等, 2021);(4)参与分享经济活动的动机和用户行为研究(Hamari et al., 2016; Hou et al., 2021; Sakib et al., 2023)，例如左文明等(2020)研究了分享经济背景下用户参与价值共创行为的影响因素，宾厚等(2019)探索了分享经济中企业使用众包物流的动机，吕朋悦等(2019)讨论了用户在分享经济中的消费模式偏好对社区认同和顾客忠诚的作用。

由于分享经济发展空间的不断拓展，其中潜在的问题也不断涌现。然而，现有的以分享经济为主题的研究中，用户负面行为研究较少，关于负面行为的研究尚处在探索阶段且未形成一致的结论。对于提供分享经济相关服务的企业和管理部门而言，如能从理论研究上为用户负面行为提供解释，将有利于治理和监督顾客的负面行为，对顾客行为进行更有效地约束。因此，对分享经济背景下的用户负面行为进行研究具有较强的理论意义和现实意义。

2.2 分享经济中的负面行为及偏离行为研究现状

近年来，已有部分研究开始关注分享经济中的负面行为。例如，Buhalis 等(2020)指出分享经济为社会、经济和环境等方面都带来了不良影响，如 Airbnb 为游客、社区和住宿行业带来了新的商业模式，但一些利益相关者经常以牺牲他人利益为代价实现自身价值最大化。虽然分享经济平台有潜力创造新的社会联系和社会关系，但这并不一定意味着分享经济所提倡的社会交换能被所有受其影响的社区接受。越来越多的人意识到这一点，并呼吁对分享经济的"黑暗面"进行更多的理论研究(Baumber et al., 2019)。

然而，现有研究对于分享经济中的各种负面行为的内涵尚未达成一致。例如，Schaefers 等(2016)将顾客不当行为(misbehavior)定义为故意违反一般接受的消费行为准则的行为。Ma 等(2020)将顾客不文明行为(incivility)定义为顾客在不明确的意图下，违反相互尊重和礼貌的社会规范，造成伤害的低强度偏离行为。Tan 和 Salo(2023)提出消费者或生产者从无效的制

度角色到有影响力的制度角色的道德或非道德角色的转换应成为未来研究的重要问题，但并未对其中可能涉及的非道德行为给予清晰的定义。马双等(2021)提出顾客不当行为(customer misbehavior)与公民行为(customer citizenship behavior)的相对概念，认为公民行为是一种利他行为，而不当行为是违反分享经济各种利益相关方所制定规则的一种利己行为。Hou 等(2022)以“以收益为目的的账号交易行为”为例，探索了分享经济服务中的偏离分享行为，实为一种绕过行为，指出该行为是分享经济用户在分享经济活动中的违反普遍规范或商业规则的一种行为。

对比以上研究，本文发现学者对不同的负面行为的定义既有交叉又有区别，即 Schaefers 等(2016)将顾客不当行为与消费行为准则相联系，但是马双等(2021)则将顾客不当行为与利益相关者制定规则相联系，并且指出不当行为具有利己性。Hou 等(2022)提出的偏离分享行为以分享账号为例，侧重于分享活动的偏离和对普遍规范与商业规则的违背，其本质是一种分享行为。而 Ma 等(2020)提出顾客不文明行为是一种低强度的偏离行为。之所以对各种负面行为的认知缺乏一致性，源于对不同的负面行为所具有的基本特征和涵盖的维度没有清晰的区分。

回顾现有分享经济中负面行为的研究内容，呈现出分散化的特点。纵观少数的分享经济负面行为相关文献，国内外学者现有的研究成果分为三大方向。第一类研究是关注负面行为的传染机制和影响。例如，Schaefers 等(2016)基于破窗理论，探索了分享经济中不当行为的传染性，认为不当行为的传染性受顾客对顾客群体中的感知社会规范所影响。Nadeem 和 Al-Imamy(2020)指出顾客的伦理感知对关系质量有正向影响，如果分享经济平台出现不道德行为的迹象，消费者很可能会终止关系。第二类研究是侧重用户参与负面行为的评估机制。例如，Hou 等(2022)基于社会交换理论和保护动机理论分析了用户在偏离行为决策时的三个评估机制，即威胁评估、应对评估和收益评估。Jin 等(2022)从威胁、理性决策和道德决策三个维度剖析了顾客参与间接不当行为的评估。石岿然等(2020)以共享出行为例，探讨了分享经济中道德风险的形成机理。第三类研究是考虑用户正面行为和负面行为的辩证关系。例如，马双等(2021)基于社会困境理论，提出分享经济背景下顾客公民行为及不当行为是两种相对行为，分别是利他行为和利己行为。Ma 等 (2020) 提出顾客文明行为和不文明行为的相对概念，通过实证研究探索了顾客文明行为的影响因素，但是顾客不文明行为受哪些因素驱动依然需要未来研究进一步补充。综合以上研究，可以发现国内外对于负面行为的研究分散在不当行为、不文明行为、偏离行为等诸多方面，已经在近几年取得了初步的研究成果，但是还需要进一步探讨。

以往关于分享经济负面行为的研究，涉及不当行为、不文明行为、偏离行为、不道德行为等。偏离行为(Hou et al., 2022; Plé & Demangeot, 2020; Srivastava et al., 2021)，属于负面行为的一种，与其他负面行为存在交叉。结合前人关于偏离行为的定义和分享经济情境中偏离行为的内涵(Hou et al., 2022; Plé & Demangeot, 2020)，本研究中分享经济中的用户偏离行为

指分享经济用户无意或故意违反法律、社会规范、组织政策和/或破坏他人功能体验的行为，会影响至少部分交易参与者的价值结果。如表 1 所示，本文将偏离行为与以往研究中的负面行为进行区分，以明晰偏离行为的含义：(1)偏离行为与 Schaefers 等(2016)研究中的不当行为不同，不强调行为的故意性；(2)与马双等(2021)研究中的不当行为有交叉，但是偏离行为不强调利己导向，关注行为对其他交易参与者的价值影响；(3)Ma 等(2020)研究中提出不文明行为是低强度的偏离行为，属于偏离行为的一种；(4)Hou 等(2022)研究中提出的偏离分享行为是一种绕过行为，强调行为违反普遍规范或商业规则，偏离行为同时强调违反法律、组织政策和/或破坏他人功能体验；(5)Chatterjee 等(2022)研究中提出的不道德行为，是发生在企业层面的负面行为，包括滥用数据、人力资源和知识产权等，偏离行为关注用户角度而非企业层面的行为；(6)徐虹等(2018)提出的不当对待行为指服务交互阶段的消费者和一线员工之间的不当行为，偏离行为不强调行为发生在服务交互阶段。本研究将挖掘分享经济情境中偏离行为的具体维度，从而提高对偏离行为的识别。

表 1 偏离行为与其他负面行为的区别

其他负面行为	来源	与偏离行为的区别
不当行为	Schaefers et al. (2016)	该不当行为强调行为的故意性，偏离行为不强调故意性。
不当行为	马双等(2021)	该不当行为强调行为的利己导向，偏离行为不强调利己导向，关注对其他交易参与者的价值影响。
不文明行为	Ma et al. (2020)	该不文明行为属于低强度的偏离行为，与偏离行为有从属关系。
偏离分享行为	Hou et al. (2022)	该偏离分享行为强调行为违反普遍规范或商业规则，偏离行为范围更广，除违反普遍规范或商业规则外，同时强调违反法律、组织政策和/或破坏他人功能体验。
不道德行为	Chatterjee et al. (2022)	该不道德行为指企业级别滥用数据、人力资源和知识产权，偏离行为为用户和消费者角度。
不当对待行为	徐虹等(2018)	该不当对待行为指消费者对一线员工的低质量对待行为，如言语侵犯、过分要求等，强调服务交互阶段。偏离行为不强调发生在服务交互阶段。

2.3 分享经济中的用户行为形成机制和影响研究

目前学界对分享经济用户行为的研究多关注用户的参与行为。以往研究分别针对不同分享经济平台的服务需求方和服务提供方的用户行为形成机制展开。例如，在服务需求方，Böcker 和 Meelen(2017)提出经济、社会和环境因素是促使乘客使用网约车服务的主要动机。Wu 等(2017)研究发现功利和享乐是促进中国游客在房间分享服务方面行为倾向的关键因素。Hamari 等(2016)研究发现生态可持续性、分享经济活动的乐趣和经济收益影响了个体参与分享经济协同消费的行为。唐毅青等(2017)发现感知有用性和感知易用性通过影响参与意向进而影响我国消费者在分享经济中的实际参与行为。余航等(2018)总结分享经济相关研究，发

现经济收益、环保收益、享乐动机、效用价值等因素是用户参与协作消费的重要动机，而个体与产品维度、平台维度和社会维度都会影响用户的参与行为。左文明等(2020)在分享经济背景下发现价值共创意愿和顾客价值会直接影响消费者的价值共创行为。在服务提供方，基于动机拥挤理论，Hua 等(2020)通过实证研究认为司机受到内在激励因素和外在激励因素的双重影响从而提供网约车服务，内在和外在的激励因素是影响网约车司机工作投入的重要因素。在住宿分享领域，Xie 和 Chen(2019)的研究表明，经济利益、在线社交互动和会员资历等因素显著激励房东在住宿共享平台上列出多处房产的行为。雷丽彩等(2020)发现，网约车司机的"非法营运"和"合法营运"行为受政府调控和平台监管的共同影响。

关于分享经济中的用户行为带来的影响，目前的实证研究集中在以下两个大方向。第一，分享经济服务带来的积极影响。例如，Greenwood 和 Wattal(2017)的研究表明，随着网约车 Uber 的使用，因酒精导致的交通事故死亡率显著下降。Martin(2016)提出，分享经济可提供更多经济机会和更持续的消费方式，促进创新领域的发展。Bouncken 等(2020)发现企业可以通过共享工作空间提高工作满意度并增强创新和创业绩效。肖倩冰等(2021)在探索智慧城市建设数字技术和环境治理时发现，共享单车的引进可以提升地铁线路开通的环境治理效应。荣朝和(2018)提出基于互联网的共享出行服务通过数据化手段和高效时空匹配模式，有助于解决交通供给的集约性与交通需求的离散化之间的矛盾。第二，分享经济发展中涌现的负面行为的消极后果。例如，Schaefers 等(2016)认为分享经济中的不当行为具有传染性，即他人的不当行为会增加后续消费者不当行为的可能性。马双等(2021)认为分享经济中的不当行为会影响短期销售绩效和长期销售绩效。谢新水(2018)提出分享经济中涌现的诸如"你的就是我的"式自私的用户负面行为正在影响行业的良性发展，需要政府监管。

由此可见，分享经济负面行为形成机制的相关研究依然方兴未艾，需要理论解释；分享经济负面行为的发展具有传染性的消极后果，亟需治理。与传统的互联网用户不同，分享经济的交易方依托分享经济平台进行交易，用户的负面行为更难被约束和监管。但是分享经济负面行为的表现呈现多样化，内容庞杂。偏离行为作为分享经济用户负面行为的一种，已经在理论和实践上凸显其研究价值。本研究从偏离行为的视角，展开分享经济用户偏离行为的形成机制和优化措施研究，是分享经济用户负面行为研究的重要内容，也是对分享经济用户行为研究的重要拓展。对以促进资源合理配置背景下的分享经济中的用户偏离行为的形成机制和优化措施展开研究，可以更好地理解分享经济商业模式下的用户负面行为，引导用户正面积极地参与分享经济的发展，进而促进资源的高效和合理利用，对于深入发展共享经济，深化共享经济在生活服务领域的应用具有重要的理论价值和现实意义。

2.4 社会交换理论

社会交换理论(social exchange theory)的提出是为了理解社会环境中人际关系的交换机制(Son et al., 2005)。该理论假设，人们参与交换关系以获得他人给予的预期利益，并在不同

行为体之间交换经济和社会资源(Miles, 2012)。社会交换理论表明，社会行为源于资源交换的交换过程和人际互动(Priporas et al., 2017)。所有的关系都有给予和索取，尽管这种交换的平衡并不总是平等的。而消费者行为的原则是利益最大化，成本最小化(Yan et al., 2016)。因而，个体会评估在从事某项行为时的成本和收益，从而做出有利于自己的决定(Boateng et al., 2019)。

近年来，社会交换理论被广泛地应用于分享经济中以解释消费者行为和决策，例如互惠行为或资源交换行为，以解释个体层面的关系互动和资源交换(Altinay & Taheri, 2018; Boateng et al., 2019; Hou et al., 2022; Miles, 2012)。以往研究证实了收益和成本在分享活动决策时的关键作用。例如，在知识分享领域，Yan 等(2016)提出，很多类型的收益都会影响知识分享行为，如自我价值感、面子顾虑、声誉和社会支持等。在出行共享领域，Boateng 等(2019)认为，经济利益和社会利益会激励拼车乘客使用并持续使用拼车服务。虽然现有研究表明，个体用户行为是由评估感知收益和成本决定的(Wang et al., 2019; Yan et al., 2016)，但是这些收益和成本与特定的情境和具体的行为有关(Boateng et al., 2019)。近期，一些研究已经初步涉足了个体在分享经济中绕过行为的具体表现形态、参与动机，以及他们在面临风险与收益时所做出的权衡考量(Hou et al., 2022; Nguyen, Bertrand et al., 2024; Nguyen, Nicod & Llosa, 2024)。尽管这些研究为我们提供了宝贵的见解，但在探讨风险和收益之间复杂且动态的权衡机制方面，仍留有较大的讨论空间。目前对于不同维度的分享经济偏离行为的形成机制和优化措施依然缺乏正面解释。社会交换理论从收益和风险的角度提供了探索分享经济偏离行为形成机制与优化措施的视角。社会交换理论将为本研究调研用户偏离行为提供理论支持。

2.5 国内外研究述评

以上研究现状表明，分享经济的发展已经引起了管理学、经济学和心理学等众多学科的关注(Bouncken et al., 2020; Buhalis et al., 2020; Leung et al., 2019; 荣朝和, 2018; 左文明 等, 2020)，国内外学者对分享经济中的用户行为进行了一定的研究，集中表现在其积极方面，展现出较好的研究潜力，但是关于分享经济的负面行为，尤其是聚焦到偏离行为的研究较少，存在薄弱之处，主要表现在以下方面：

(1)分享经济的发展在实践中遇到的挑战已经日益凸显，但理论研究明显落后于实践需求(Acquier et al., 2017; Baumber et al., 2019; Buhalis et al., 2020)。与传统的电子商务商业模式不同，分享经济中的买方和卖方分别是个体消费者和个体提供商，双方的负面行为都更难被约束和管理。但是目前的研究多关注其带来的正面效应、系统优化和用户角色(Gassmann et al., 2020; Greenwood & Wattal, 2017; Kung & Zhong, 2017; 吕朋悦 等, 2019)，对其可能带来的弊端的理论性和实证性研究依然较少，导致理论发展和指导严重滞后于实践上的需求。

(2)国内外关于分享经济中的负面行为研究多停留在对其现象的描述和初步探索，关于

分享经济用户偏离行为的形成机制和优化措施研究依然缺少理论成果(Hou et al., 2022; Schaefers et al., 2016;马双 等, 2021)。偏离行为作为负面行为的一种，具有哪些具体维度，用户参与偏离行为受哪些因素驱动，从哪些方面可以规避或者减少偏离行为，这些相关文献依然匮乏。而现有研究也明确呼吁从多个角度出发探索分享经济中的“黑暗面”(Baumber et al., 2019)。本研究发现分享经济中的偏离行为是影响相关平台发展和商业模式拓展的实践中面临的重要现实问题，而现有研究依然具有明显的缺口。因此本研究致力于调研分享经济中偏离行为的具体维度、形成机制和优化措施，从而为政府监管和平台管理提供支持。

鉴于此，本研究以分享经济用户为研究对象，采用定性研究、定量研究等相结合的混合研究方法，阐明用户偏离行为的维度划分和具体内涵，建立不同维度的测量量表，探究用户参与偏离行为的影响因素，分析不同因素间的相互作用和对偏离行为的差异化影响，挖掘用户偏离行为在行业规制和政府监管方面的外部干预措施，探讨偏离行为优化措施的有效性。本研究成果将为监督和管理分享经济用户的偏离行为提供理论指导，对分享经济的良性发展具有关键的科学意义和实践应用价值。

3 研究构想

分享经济是我国现在及未来经济发展中的重要商业模式，对闲置资源的配置和实现资源的经济和社会价值最大化利用有着至关重要的作用。对分享经济中用户偏离行为的识别和管理也已经成为企业、政府、分享经济平台、个体产品/服务提供商所关心的现实问题。分享经济服务中有哪些常见的偏离行为，这些偏离行为的形成机制是怎样的，应该如何采取行动去监管这些行为，成为了本研究的主要研究目标。整个研究的框架如图 1 所示。

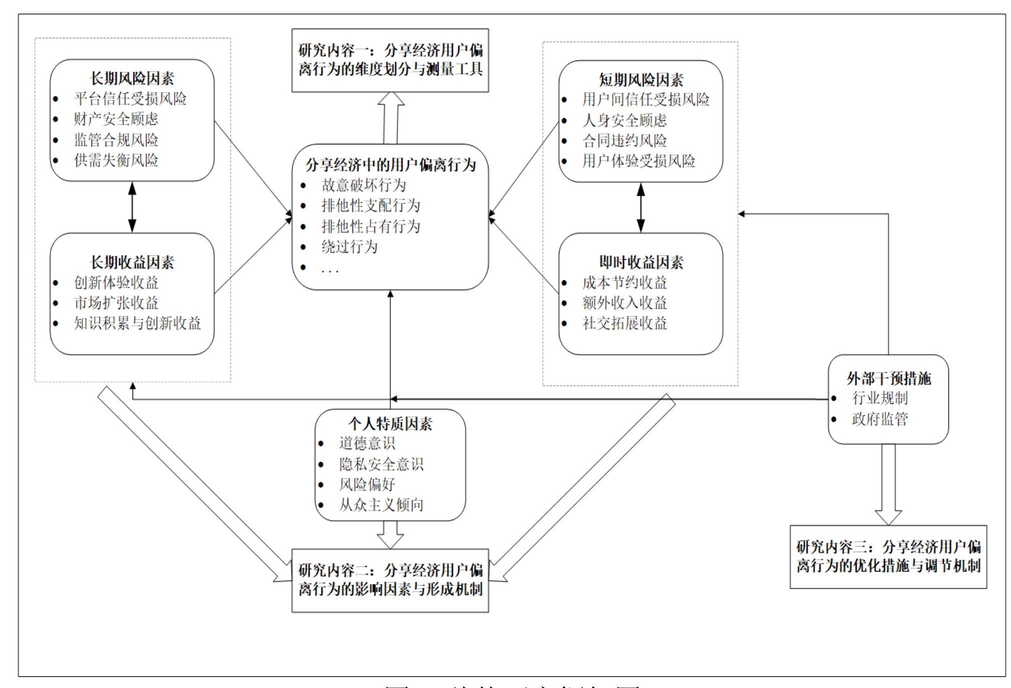


图 1 总体研究框架图

3.1 研究内容一：分享经济用户偏离行为的维度划分与测量工具

分享经济服务的主要目的是通过促进服务提供方和服务需求方在分享经济双边市场平台上的匹配速度，从而提升资源的配置效率，最终实现闲置资源的利用效率。本研究拟识别用户在分享经济中的偏离行为的一般表现，对其进行维度划分。具体而言，明晰在分享经济应用场景中，用户偏离行为的情境化特征以及与其他研究情境的共同特征，探索用户参与偏离行为涉及的主体和其中的交互关系，区分用户偏离行为与个体提供商偏离行为、平台偏离行为之间的本质区别，阐明分享经济用户参与偏离行为有哪些具体表现，对具体的偏离行为根据发生的阶段、程度、产生的后果等方面综合考虑，从而进行不同维度的划分。

结合以往研究和分享经济情境，对分享经济中不同维度的偏离行为进行可操作化测量，开发量表工具。整理相关文献资料，改编现有的成熟量表以测量本研究中的偏离行为；对于识别出的偏离行为在不同维度下的新构念，结合分享经济中偏离行为的具体内涵，遵循量表开发步骤(Hinkin, 1998; MacKenzie et al., 2011; Moore & Benbasat, 1991)，进行新量表开发。将改编自以往研究的成熟量表和新开发量表进行测试。

在操作上，本研究将结合现有量表与开发量表(Hinkin, 1998; MacKenzie et al., 2011; Moore & Benbasat, 1991)，具体如下：(1)量表创立(item creation)阶段，①深层次阅读和整理相关文献，获取偏离行为和相关行为的现有量表，②同时根据不同维度的用户偏离行为的内涵，立足于分享经济情境，对不同维度的偏离行为进行新量表开发，③合并文献中现有量表和新开发量表，检验不同维度的偏离行为量表的内容效度；(2)量表发展(scale development)阶段，通过 Q 分类法，对量表进行进一步分类，检验构念的收敛效度和判别效度；(3)量表测试(instrument testing)阶段，展开试验研究，多次采集问卷调查数据，使用 SPSS 软件进行统计分析，迭代检验量表开发的信度和效度，精简和优化量表中的题项指标；(4)依据以上过程，最终产出不同维度偏离行为的最终量表。

3.2 研究内容二：分享经济用户偏离行为的影响因素与形成机制

根据社会交换理论，分享经济中消费者行为的原则是收益最大化，成本最小化(Yan et al., 2016)。在分享经济活动中，用户参与偏离行为时会综合考量风险和收益的权衡，从而做出行为决策。风险因素和收益因素是分享经济服务中个体行为决策的重要参考(Cheng et al., 2021)，也是利益最大化、成本最小化行为准则的体现(Gefen & Ridings, 2002)。社会交换理论中的风险因素，也可被称为成本因素，暗含在社会交换活动中需要付出的各种代价；收益因素，则指个体在社会交换活动中可能获得的各种回报。本研究中风险因素包含个体从事某

种偏离行为前对长期和短期风险的判断；而收益因素与风险因素相对应，是个体在参与偏离行为前对长期收益和即时收益的评估。社会交换理论局限于其对个体差异因素的忽略，但偏离行为作为一种典型的非正面行为，会受个体特质因素的影响(Hou et al., 2022)。因而，本研究在社会交换理论的基础上，补充了个体特质因素的影响，从而强调个体在分享经济服务中的主观能动性。一般而言，隐私安全和道德意识强的用户更加注重行为的规范性，因此会减少或者规避在分享经济中的偏离行为。本研究的内容框架如图 2 所示。

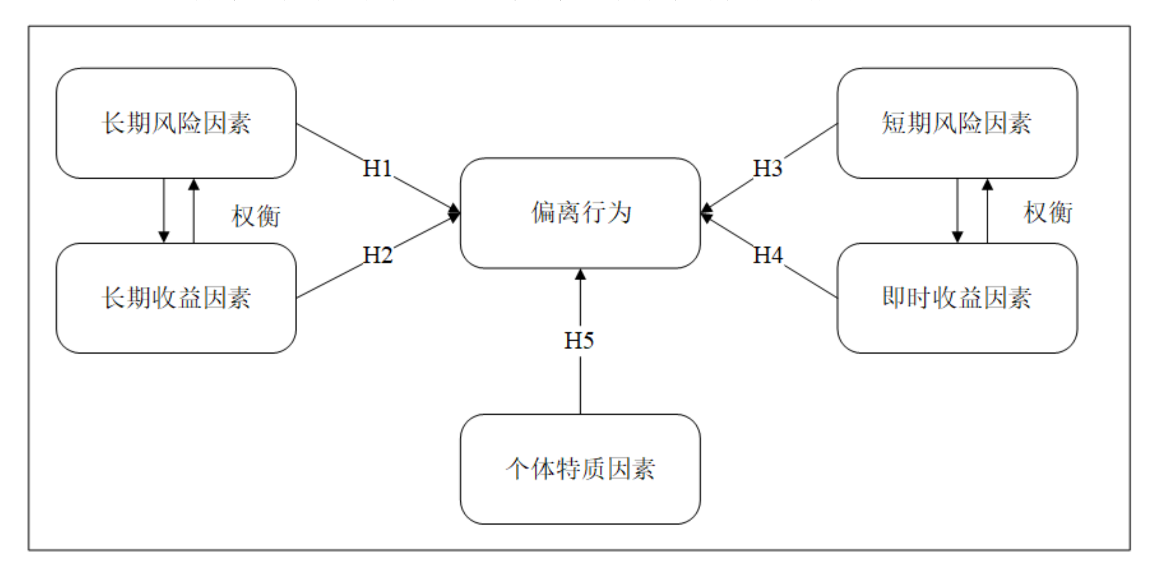


图 2 研究内容二：分享经济用户偏离行为的影响因素与形成机制

社会交换理论蕴含着个体在面对行为决策时从风险和收益的对立角度的考量，并且希望自己的行为能带来有利的结果(Cropanzano & Mitchell, 2005)。但用户在参与偏离行为决策时，其风险和收益的考量体现出长期性和短期性，即用户需要在长期风险和长期收益的权衡及短期风险和即时收益的权衡中做出理性行为决策。当长期风险明显高于长期收益时，用户会因付出的长期成本(例如平台信任受损风险，财产安全顾虑，监管合规风险，供需失衡风险)，更加谨慎地考虑偏离行为的可行性。当长期收益明显高于长期风险时，用户会因未来的可能收益(例如创新体验收益，市场扩张收益，知识积累与创新收益)，倾向于选择参与偏离行为。由此，我们提出命题：

假设 1：在分享经济服务中，用户感知的长期风险明显高于长期收益时，更倾向于避免偏离行为。

假设 2：在分享经济服务中，用户感知的长期风险明显低于长期收益时，更倾向于参与偏离行为。

在理想的状态下，消费者是绝对理性的，会综合考虑长期因素和短期因素。但是相较于长期利益，个体更倾向于即时收益，低估未来的风险，从而做出行为决策(O’Donoghue &

Rabin, 2000)。已有研究指出，在分享经济服务中，用户可能会受到即时收益(例如成本节约收益，额外收入收益，社交拓展收益)的驱动，低估预期风险，从而导致偏离行为(Hou et al., 2022)。例如，以牺牲平台和他人利益为基础的偏离行为，在短期获得的经济收益可能使人忽视长期成本和潜在风险。对共享资源使用的过程中，短期的偏离行为可能带来心理收益满足，从而忽视未来风险和舆论压力。本研究认为，当短期风险明显高于即时收益时，用户会因付出的短期成本和风险(例如用户间信任受损风险，人身安全顾虑，合同违约风险，用户体验受损风险)，更倾向于避免偏离行为。由此, 我们提出命题：

假设 3：在分享经济服务中，用户感知的短期风险明显高于即时收益时，更倾向于避免偏离行为。

假设 4：在分享经济服务中，用户感知的短期风险明显低于即时收益时，更倾向于参与偏离行为。

如前文所述，个体特质是分享经济偏离行为中一个重要影响因素。具有不同道德观念的人在面对偏离行为时可能做出不同的决策。一般而言，道德意识更高的人具有更严格的内在约束机制，约束或抑制他们参与偏离行为，从而避免可能对他人或平台造成的损失。此外，隐私意识也是偏离行为的一个重要因素。隐私安全意识更高的人，会更加谨慎地在社会交往中披露个人信息，而倾向于选择更加具有制度约束的分享经济平台，从而保持其数据的匿名性和隐私性。风险偏好也是分享经济偏离行为的重要特质因素。风险偏好型与风险规避型两种用户在面对分享经济偏离行为时可能做出相反的决策。冒险型人格往往具有更高的风险承受能力，追求新鲜事物和突破规则的刺激感，因而更愿意尝试具有不确定性的行为。从众主义倾向描述了用户因其他用户的行为而受到鼓舞，从而做出行为决策的现象。从众主义倾向更强的用户更容易被他人参与偏离行为的收益和便利而打动，从而进行效仿。在社交属性更强的分享经济平台上，从众主义倾向的影响将更明显。由此, 我们提出命题：

假设 5：在分享经济服务中，用户的个体特质因素会影响其是否参与偏离行为。

3.3 研究内容三：分享经济用户偏离行为的优化措施与调节机制

分享经济活动中，主要涉及主体为个体消费者、个体服务提供商、分享经济平台和政府监管部门。为了限制个体消费者的偏离行为，可以从分享经济平台等行业层面和政府监管部门等政府层面挖掘可行性的措施，从而解决分享经济的发展困境。因此，本部分内容将从行业规制和政府监管两个层面，挖掘治理偏离行为的可行性措施，探讨分享经济良性发展的路径。行业规制和政府监管代表了两种外部干预措施，分别对应了行业层面和政府层面，对于

个人在偏离行为中的决策过程有重要的影响作用。本研究的内容框架如图 3 所示。

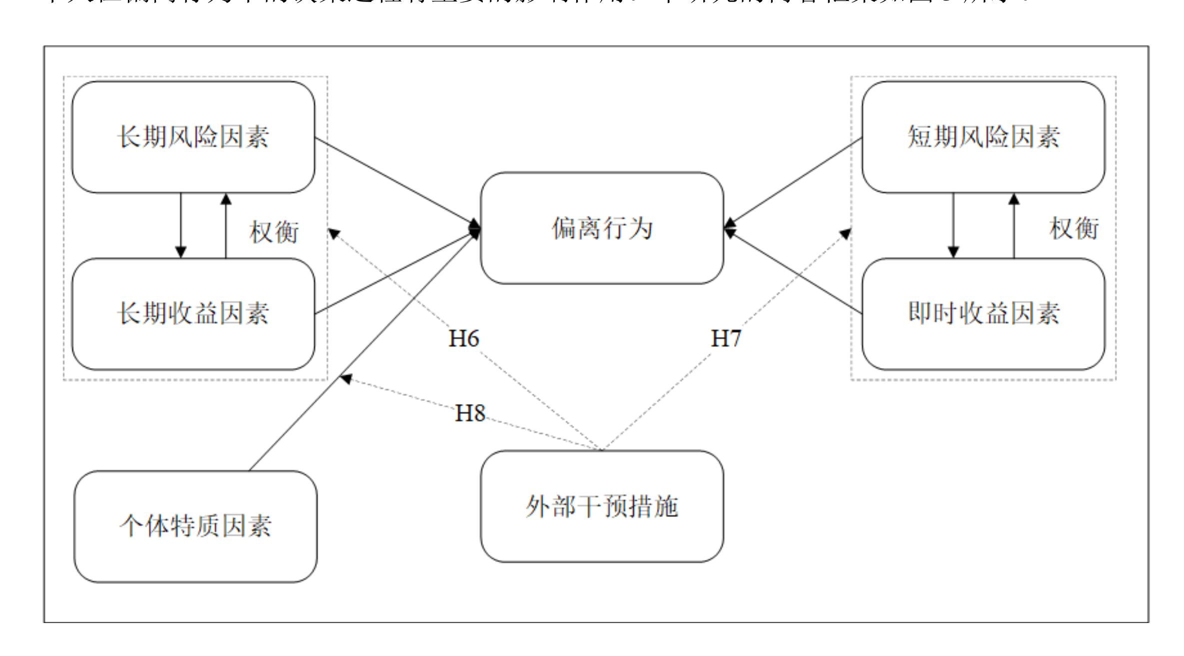


图 3 研究内容三：分享经济用户偏离行为的优化措施与调节机制

具体而言，从行业规制和政府监管两方面实行外部干预措施，是对分享经济用户行为调控的重要举措，影响用户对风险和收益的感知。长期风险因素作为一种潜在的未来成本，在用户进行偏离行为决策时，极易被忽略和轻视。当存在外部干预时，内在的激励因素可能会受到抑制，增加对潜在风险的感知，而降低对潜在收益的期待。例如，法律法规在分享经济领域的细化可以使用户更清楚地意识到共享经济中的法律责任，意识到偏离行为可能导致的信用记录、个人声誉等长期风险。分享经济平台更加严格的用户认证、资金监管、规则限制，使用户在偏离行为决策时考虑到其行为处于监管，可能面临着账号封禁、使用权限受限等长期风险，从而在偏离行为决策时做出更加谨慎的判断。由此，我们提出命题：

假设 6：在分享经济服务中，外部干预措施对长期风险因素和长期收益因素的权衡影响机制起调节作用。即外部干预措施会增加对长期风险的感知，而降低对长期收益的感知。

行业规制和政府监管也将影响用户对偏离行为短期风险和即时收益的考量。短期风险和即时收益更为直接地影响人们的行为决策。如通过政府监管，对轻微的偏离行为实行即刻罚款等措施，可以使用户立刻意识到偏离行为导致的短期成本，同时降低对即时收益的期待。对较严重的偏离行为实行账号封禁等即时的处罚手段，使用户在面临行为决策时不得不考虑使用便利性的掠夺和即时的经济成本。如通过平台的行业规制，对偏离平台规则的行为实行额外费用付费规则、权限使用设限规则等惩罚措施，将使用户更清晰地意识到偏离行为在短期内的成本和风险。由此，我们提出命题：

假设 7：在分享经济服务中，外部干预措施对短期风险因素和即时收益因素的权衡影响

机制起调节作用。即外部干预措施会增加对短期风险的感知，而降低对即时收益的感知。

外部干预措施从多方面调节个体特质与偏离行为之间的关系。首先，政府监管和法律法规强化了偏离行为的界定，使用户在道德意识上对偏离行为的界定更清晰。对于在偏离行为上道德意识模糊的用户，外部干预措施明确了偏离行为是一种不可取的行为。外部干预措施使得偏离行为的成本更清晰，从而使得用户约束个人行为。其次，外部干预措施明确了分享经济服务中的隐私边界。通过对隐私数据的不当收集、使用和分享行为进行处罚，使得用户在偏离行为决策时更加谨慎地考虑可能带来的风险，例如隐私信息的泄露、数据的不当利用等。此外，政府监管和平台规制措施在一定程度上降低用户的冒险倾向。通过一些明确的处罚措施，使得风险偏好型用户更加明确偏离行为的风险，减少参与不确定性事物的兴趣。而且，外部干预措施可以降低用户在偏离行为中的从众效应。对偏离行为的监管和处罚，对其他用户的行为决策有警示作用。由此, 我们提出命题：

假设 8：在分享经济服务中，外部干预措施对用户的个体特质影响机制起调节作用。

4 理论建构

基于社会交换理论，本研究致力于实现以下三个研究目标：(1)探究分享经济中用户偏离行为的表现形式，揭示偏离行为的具体维度，开发可操作化测量工具；(2)明确用户偏离行为的形成受到哪些感知收益、感知风险和个体特质因素的影响，揭示分享经济用户偏离行为的形成机制；(3)挖掘行业规制和政府监管措施，探讨外部干预措施对分享经济偏离行为决策的影响，优化分享经济偏离行为管理策略，为分享经济的运营管理和政策监管提供借鉴和建议。围绕此目标，本研究的理论贡献体现在以下三个方面。

第一，本研究作为对分享经济负面行为研究的重要内容，立足分享经济的时代特征，通过构建偏离行为的维度，理解偏离行为形成机制，将有利于优化平台生态体系，促进分享经济在维护个体用户使用权时的机会公平与结果公平(钟昌标, 施君然, 2024)。回顾分享经济的研究成果，可以发现大部分研究关注了分享经济的利益和正面影响，以及由此驱动的共享行为(Martin, 2016; Nian et al., 2020; Zervas et al., 2017; 王宁, 2021; 左文明 等, 2020)。对分享经济中的负面行为研究在近年来已经由分享经济发展的现实而驱动，产生了一系列成果(Chatterjee et al., 2022; Hou et al., 2022; Ma et al., 2020; Schaefers et al. 2016; 马双 等, 2021; 徐虹 等, 2018)。但整体而言，以往研究针对偏离行为尚未形成一致的、完整的认知(Hou et al., 2022; Nguyen, Bertrand et al., 2024; Nguyen, Nicod & Llosa, 2024)。在本研究中，我们独辟蹊径，开创性地针对分享经济领域内用户的偏离行为展开深层次剖析。通过对该偏离行为进

行精细的维度拆解，并深入探寻其背后的形成机制，力求全方位、立体化地洞察这一现象，从而为更精准、更透彻地理解分享经济情境下用户所呈现出的偏离行为提供理论解释。

第二，本研究基于社会交换理论，创新性地提出通过探索长期风险与长期收益、短期风险与即时收益之间的微妙平衡机制，突破静态、单一维度的理论框架，从而在时空范畴对社会交换理论进行纵深拓展，通过解释风险和收益之间复杂且动态的权衡过程，将推动社会交换理论在个体决策时的理论研究。以往的研究多关注风险和收益的具体因素(Altinay & Taheri, 2018; Boateng et al., 2019; Hou et al., 2022; Miles, 2012)，个别研究指出可以从风险和收益的角度刻画用户参与偏离行为的动机(Hou et al., 2022; Nguyen, Nicod & Llosa, 2024)，但对风险和收益的层次仍然需要进一步细分。本研究将风险和收益进行深层次区分，考虑个体在偏离行为决策时经历的长期风险与长期收益的权衡，短期风险与即时收益的权衡，进一步丰富了社会交换理论的层次，拓展了社会交换理论在用户行为研究方面的理解。此外，忽视个体差异因素的复杂性是社会交换理论的局限性之一。本研究通过补充个体特质因素在偏离行为中的作用，对社会交换理论进行补充。本研究中充分考虑了个体特质因素在偏离行为中的影响，提出道德意识、隐私安全意识、风险偏好、从众主义倾向等个体差异因素对偏离行为有直接影响。因此，本研究有助于丰富和深化分享经济中的用户行为研究，推进分享经济管理理论的发展，尤其是在偏离行为方面将拓展新的理论知识。

第三，本研究建构了外部干预措施对偏离行为决策过程的影响机制，为如何通过外部干预措施纠偏偏离行为提供深入的理论支撑与实证支持。回顾以往研究，发现关于分享经济用户偏离行为优化措施研究依然缺少理论成果，更多研究关注对负面现象的描述和初步探索(Hou et al., 2022; Schaefers et al., 2016; 马双 等, 2021)。仅有少量研究表明，可通过设定不同的信息框架，来影响个体用户对于感知风险和收益的评判，进而对其行为决策产生作用(Nguyen, Nicod & Llosa, 2024)。而外部干预措施作为一种极为关键的外部策略(孙会君 等, 2023)，能够借由影响用户的参与动机，最终对用户决策的走向形成影响。本研究通过深入探究分享经济偏离行为外部干预措施的调节机制，进一步丰富了社会交换理论的内涵。一方面，外部干预措施使得分享经济偏离行为中成本与风险的权衡变得更为复杂多样。在此情形下，用户不但需要考虑行为本身所产生的成本，还必须兼顾外部所带来的成本因素。另一方面，外部干预措施推动了分享经济偏离行为收益评估方式的转变，即降低了个体过度高估即时收益并受其驱动的可能性，促使用户重新审慎地对偏离行为所涉及的风险与收益因素进行评估。

参考文献

宾厚，王欢芳，谢国杰. (2019). 分享经济下企业实施众包物流的影响因素研究. *管理评论*, *31*(8), 219−229.

程絮森，朱润格，傅诗轩. (2015). 中国情境下互联网约租车发展模式探究. *中国软科学*, (10), 36−46.

雷丽彩，高尚，蒋艳. (2020). 网约车新政下网约车平台与网约车司机的演化博弈分析. *管理工程学报*, *34*(1), 55−62.

凌超，张赞. (2014). "分享经济"在中国的发展路径研究——以在线短租为例. *现代管理科学*, (10), 36−38.

刘鸿宇. (2021). 数字共享经济平台价值共创的伦理探析. *科学学研究*, *40*(8), 1353−1360.

吕朋悦，赵红，王宗水，刘苇. (2019). 分享经济消费模式偏好对商业分享系统社区认同及顾客忠诚影响研究. *管理评论*, *31*(8), 132−145.

马双，凌小蝶，李纯青. (2021). 共享经济背景下顾客公民行为和不当行为：基于社会困境理论的视角. *心理科学进展*, *29*(11) , 1920−1935.

马长山. (2019). 智慧社会建设中的"众创"式制度变革——基于"网约车"合法化进程的法理学分析. *中国社会科学*, (4), 75−97+205−206.

荣朝和. (2018). 互联网共享出行的物信关系与时空经济分析. *管理世界*, *34*(4), 101−112.

石岿然，赵银龙，姬严松. (2020). 共享出行中道德风险的形成机理——基于滴滴出行的案例研究. *管理案例研究与评论*, *13*(5), 523−537.

孙会君，杨爽，吕莹，高自友. (2023). 数据驱动下共享出行资源配置的双层博弈问题研究. *管理世界, 39*(4), 160−175.

唐毅青，范春蓉，谭德庆. (2017). 共享经济下我国消费者参与协同消费的影响因素研究. *软科学*, *31*(10), 136−139.

王宁. (2021). 分享经济的社会建构. *中国社会科学*, (11), 158−179+208.

肖倩冰，陈林，裴丹. (2021). 智慧城市之共享经济与环境治理——以共享单车低碳出行为例. *中国软科学*, (9), 172−181.

谢新水. (2018). 共享经济的负面表征及行政监管的有效性. *理论与改革*, (1), 162−172.

徐虹，梁佳，李惠璠，刘宇青. (2018). 顾客不当对待对旅游业一线员工公平感的差异化影响：权力的调节作用. *南开管理评论*, *21*(5), 93−104.

徐琪，吴翠，陈啟. (2021). 共享平台下供应链闲置资源动态优化配置策略. *运筹与管理*, *30*(9), 86−92.

余航，田林，蒋国银，陈云. (2018). 共享经济：理论建构与研究进展. *南开管理评论*, *21*(6), 37−52.

仲崇高，张勇. (2017). 分享经济：逻辑、模式与边界. *科技进步与对策*, *34*(23), 42−47.

钟昌标，施君然. (2024). 共享经济助推共同富裕的逻辑、机制与路径. *云南师范大学学报(哲学社会科学版), 56*(3), 77−85.

左文明，黄枫璇，毕凌燕. (2020). 分享经济背景下价值共创行为的影响因素——以网约车为例. *南开管理评论*, *23*(5), 183−193.

Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, *125*, 1−10.

Altinay, L., & Taheri, B. (2018). Emerging themes and theories in the sharing economy: A critical note for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *31*(1), 180−193.

Baumber, A., Scerri, M., & Schweinsberg, S. (2019). A social licence for the sharing economy. *Technological Forecasting and Social Change*, *146*, 12−23.

Boateng, H., Kosiba, J. P. B., & Okoe, A. F. (2019). Determinants of consumers' participation in the sharing economy:

A social exchange perspective within an emerging economy context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *31*(2), 718−733.

Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, *23*, 28−39.

Bouncken, R., Ratzmann, M., Barwinski, R., & Kraus, S. (2020). Coworking spaces: Empowerment for entrepreneurship and innovation in the digital and sharing economy. *Journal of Business Research*, *114*, 102−110.

Buhalis, D., Andreu, L., & Gnoth, J. (2020). The dark side of the sharing economy: Balancing value co-creation and value co-destruction. *Psychology & Marketing*, *37*(5), 689−704.

Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D., & Foroudi, P. (2022). Dark side of sharing economy: Examining the unethical practices and its impact on coopetition and firm performance. *Journal of Business-to-Business Marketing*, *29*(1), 69−85.

Cheng, X., Hou, T., & Mou, J. (2021). Investigating perceived risks and benefits of information privacy disclosure in IT-enabled ride-sharing. *Information & Management*, *58*(6), 103450.

Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874−900.

Gassmann, S. E., Nunkoo, R., Tiberius, V., & Kraus, S. (2020). My home is your castle: Forecasting the future of accommodation sharing. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *33*(2), 467−489.

Gefen, D., & Ridings, C. (2002). Implementation team responsiveness and user evaluation of customer relationship management: A quasi-experimental design study of social exchange theory. *Journal of Management Information Systems*, *19*(1), 47−69.

Greenwood, B. N., & Wattal, S. (2017). Show me the way to go home: An empirical investigation of ride-sharing and alcohol related motor vehicle fatalities. *MIS Quarterly*, *41*(1), 163−187.

Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, *67*(9), 2047−2059.

Hinkin, T. R. (1998). A brief tutorial on the development of measures for use in survey questionnaires. *Organizational Research Methods*, *1*(1), 104−121.

Hou, T., Cheng, X., & Cheng, X. (2021). The role of transaction cost and trust in e-loyalty: A mixed-methods study of ride-sharing. *Information Technology & People*, *34*(3), 1018−1038.

Hou, T., Luo, X. R., Ke, D., & Cheng, X. (2022). Exploring different appraisals in deviant sharing behaviors: A mixed-methods study. *Journal of Business Research*, *139*, 496−509.

Hua, Y., Cheng, X., Hou, T., & Luo, R. (2020). Monetary rewards, intrinsic motivators, and work engagement in the IT-enabled sharing economy: A mixed-methods investigation of Internet taxi drivers. *Decision Sciences*, *51*(3), 755−785.

Ji, F., Cao, Q., Li, H., Fujita, H., Liang, C., & Wu, J. (2023). An online reviews-driven large-scale group decision making approach for evaluating user satisfaction of sharing accommodation. *Expert Systems with Applications*, *213*, 118875.

Jin, X. L., Zhou, Z., & Tian, Y. (2022). A configurational analysis of the causes of consumer indirect misbehaviors in access-based consumption. *Journal of Business Ethics*, *175*, 135−166.

Kromidha, E., Gannon, M., & Taheri, B. (2023). A profile-based approach to understanding social exchange: Authentic tour-guiding in the sharing economy. *Journal of Travel Research*, *62*(2), 324−344.

Kung, L. C., & Zhong, G. Y. (2017). The optimal pricing strategy for two-sided platform delivery in the sharing economy. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, *101*, 1−12.

Leung, X. Y., Xue, L., & Wen, H. (2019). Framing the sharing economy: Toward a sustainable ecosystem. *Tourism Management*, *71*, 44−53.

Ma, S., Gu, H., Hampson, D. P., & Wang, Y. (2020). Enhancing customer civility in the peer-to-peer economy: Empirical evidence from the hospitality sector. *Journal of Business Ethics*, *167*(1), 77−95.

MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Podsakoff, N. P. (2011). Construct measurement and validation procedures in MIS and behavioral research: Integrating new and existing techniques. *MIS Quarterly*, *35*(2), 293−334.

Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological Economics*, *121*, 149−159.

Miles, J. A. (2012). (Eds). *Management and organization theory.* Jossey-Bass.

Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, *2*(3), 192−222.

Muñoz, P., & Cohen, B. (2017). Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling. *Technological Forecasting and Social Chang*e, *125*, 21−37.

Nadeem, W., & Al-Imamy, S. (2020). Do ethics drive value co-creation on digital sharing economy platforms?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *55*, 102095.

Nguyen, S., Bertrand, D., Llosa, S., & Alemany Oliver, M. (2024). Exploring bypass practices on sharing platforms: A typology of users who bypass and those who don't. *Journal of Business Ethics*, https://doi.org/10.1007/s10551-024-05779-9

Nguyen, S., Nicod, L., & Llosa, S. (2024). Preventing bypass on sharing economy platforms: The impact of message framing on users' bypass intention. *Journal of Business Research, 179*, 114678.

Nian, T., Zhu, A., & Gurbaxani, V. (2020). The impact of the sharing economy on household bankruptcy. *MIS Quarterly*, *45*(3), 1213−1248.

O'Donoghue, T., & Rabin, M. (2000). The economics of immediate gratification. *Journal of Behavioral Decision Making*, *13*(2), 233−250.

Pamucar, D., Deveci, M., Gokasar, I., Delen, D., Köppen, M., & Pedrycz, W. (2023). Evaluation of metaverse integration alternatives of sharing economy in transportation using fuzzy Schweizer-Sklar based ordinal priority approach. *Decision Support Systems*, *171*, 113944.

Parente, R. C., Geleilate, J. M. G., & Rong, K. (2018). The sharing economy globalization phenomenon: A research agenda. *Journal of International Management*, *24*(1), 52−64.

Plé, L., & Demangeot, C. (2020). Social contagion of online and offline deviant behaviors and its value outcomes: The case of tourism ecosystems. *Journal of Business Researc*h, *117*, 886−896.

Priporas, C. V., Stylos, N., Rahimi, R., & Vedanthachari, L. N. (2017). Unraveling the diverse nature of service quality in a sharing economy: A social exchange theory perspective of Airbnb accommodation. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *29*(9), 2279−2301.

Sakib, M. N., Hasan, F., Al-Emran, M., & Felix, R. (2023). A cross-cultural analysis of ridesharing intentions and compliance with COVID-19 health guidelines: The roles of social trust, fear of COVID-19, and trust-in-God. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *71*, 103207.

Schaefers, T., Wittkowski, K., Benoit, S., & Ferraro, R. (2016). Contagious effects of customer misbehavior in access-based services. *Journal of Service Researc*h, *19*(1), 3−21.

Son, J. Y., Narasimhan, S., & Riggins, F. J. (2005). Effects of relational factors and channel climate on EDI usage in the customer-supplier relationship. *Journal of Management Information Systems*, *22*(1), 321−353.

Srivastava, H. S., Jayasimha, K. R., & Sivakumar, K. (2021). Addressing customer misbehavior contagion in access-based services. *Journal of Services Marketing*, *36*(6), 849−861.

Tan, T. M., & Salo, J. (2023). Ethical marketing in the blockchain-based sharing economy: Theoretical integration and guiding insights. *Journal of Business Ethics*, *183*(4), 1113−1140.

Wang, Y., Xiang, D., Yang, Z., & Ma, S. S. (2019). Unraveling customer sustainable consumption behaviors in sharing economy: A socio-economic approach based on social exchange theory. *Journal of Cleaner Production*,

208, 869−879.

Wu, J., Zeng, M., & Xie, K. L. (2017). Chinese travelers' behavioral intentions toward room-sharing platforms: The influence of motivations, perceived trust, and past experience. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *29*(10), 2688−2707.

Xie, K. L., & Chen, Y. (2019). Effects of host incentives on multiple listings in accommodation sharing. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *31*(4), 1995−2013.

Yan, Z., Wang, T., Chen, Y., & Zhang, H. (2016). Knowledge sharing in online health communities: A social exchange theory perspective. *Information & Managemen*t, *53*(5), 643−653.

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of Marketing Research*, *54*(5), 687−705.

Zhang, Y., Li, L., Sadiq, M., & Chien, F. S. (2023). Impact of a sharing economy on sustainable development and energy efficiency: Evidence from the top ten Asian economies. *Journal of Innovation & Knowledge*, *8*(1), 100320.

User deviant behavior in sharing economy services: Identification of dimensions, formation mechanism, and optimization measures

HOU Tingting, PAN Ling, LI Pulin

(School of Management, Zhengzhou University, Zhengzhou, 450001, China)

Abstract: Deviant behavior has impaired the healthy and sustainable development of the sharing economy industry. Although such behavior has manifested urgency and importance in practical terms, relevant studies are insufficient to account for how this phenomenon is formed and managed. Given the realistic predicament faced by the sharing economy, this study delves into user deviant behavior based on the social exchange theory. The research focuses on the following three aspects: (1) Uncovering the specific dimensions of such behavior and developing an operational measurement instrument; (2) Determining the perceived benefits, perceived risks, and personal characteristics that affect users' deviant behavior, and revealing the formation mechanism of such behavior; (3) Identifying industry regulations and government supervision measures, exploring the influence of external intervention measures on the decision-making process of deviant behavior, and optimizing the management strategy. This study will provide theoretical insights from three aspects: the dimensional classification of deviation behavior, formation mechanism, and optimization measures, enrich the framework of the social exchange theory, and promote theoretical innovation in the field of sharing economy deviant behavior.

Keywords: sharing economy, deviant behavior, social exchange theory, formation mechanism, external intervention